

Mit Das Telefonbuch neue Möglichkeiten finden

Fitnessmöglichkeiten wie Zumba im Umkreis, Bio-Lebensmittelgeschäfte oder das nächste Reisebüro um die Ecke: Mit der Das Telefonbuch Branchensuche kann gezielt nach Adressen und verschiedenen Branchen gesucht werden.

■ *PM Das Telefonbuch Servicegesellschaft mbH, 21.11.2016*

Standortbasiertes Marketing bringt Kunden: Initiatoren des Projekts „Digitales Viertel“ in Köln ziehen positive Bilanz

- Kunden erhielten beim Shoppen individuell zugeschnittene Angebote von über 80 lokalen Geschäften, die in der App von Gelbe Seiten angezeigt wurden
- 45.000 verschickte Nachrichten, täglich waren es 800 News
- 284 Mal pro Tag wurden Geschäfte aufgesucht



Die Kölner Viertel Sülz und Klettenberg waren acht Wochen lang eine digitale und interaktive Erlebniswelt: Das einzigartige großflächige Projekt „Digitales Viertel“ in Köln demonstrierte vom 10. September bis 5. November 2016 die Möglichkeiten standortbezogenen Marketings. Ziel war es, ein neues Besuchs- und Informationserlebnis in diesen Vierteln zu schaffen. 85 Händler hatten virtuelle Umkreise erhalten und bei der digitalen Vermarktung mitgemacht. Beim Betreten dieser Umkreise erhielten die zahlreichen Nutzer der App von Gelbe Seiten spezielle Informationen und besondere Angebote als Push-Nachrichten direkt auf ihr Smartphone.

Unterstützt wurde die Aktion von Greven Medien GmbH & Co. KG, REWE Systems

GmbH, der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft, der Stadt Köln, German ICT & Media Institut (GIMI), dem Fraunhofer-Institut für Angewandte Informationstechnik FIT, der Bitplaces GmbH und der Technischen Hochschule Köln. Unterstützt wurde das Projekt durch die Interessengemeinschaft Sülz/Klettenberg ISK Carree e. V.

Erfolg für jede teilnehmende Branche

Nach Auswertung der Aktion ziehen die beteiligten Unternehmen eine positive Bilanz. An dem einzigartigen Projekt nahmen 85 Händler aus verschiedenen Branchen teil, darunter beispielsweise Einzelhändler und Großhändler aus dem Lebensmittelhandel, Friseurhandwerk, Textil, Gastronomie und Sportbereich. Im Zeitraum vom 10. September bis 5. November 2016 wurden 45.000 Nachrichten verschickt. Das sind 800 pro Tag und 30 Nachrichten pro Nutzer, die innerhalb eines bestimmten Zeitraums diese besonderen Angebote besuchten. Von diesen Nutzern wollten 75 Prozent Nachrichten als Push-Nachricht auf ihrem Smartphone empfangen und 12 Prozent aller Nachrichten wurden gelesen.

Mit der Beacon-Technologie wurden in einem Testzeitraum von 19 Tagen zudem 5.400 Ladenbesuche gemessen. Das entspricht rund 284 Besuchen bei 67 Händlern. In den verschiedenen REWE-Märkten wurden – je nach Größe – zusätzlich 10 weitere Beacons installiert, die zwischen 94 und 1.200 Standort-Besucher pro Tag registrierten. Die Öffnungsrate lag in der Spitze bei überdurchschnittlichen 21 Prozent.

Nachbarn sind loyale Kunden

Die begleitende Kundenumfrage ergab: Nachbarn sind loyale Kunden. Die Bewohner der Stadtviertel freuen sich, den lokalen Handel unterstützen zu können. Sie sind auch technischen Neuerungen wie Geo-Apps gegenüber aufgeschlossen, wenn in deren Nutzung ein Mehrwert für sie oder den lokalen Handel liegt. Die befragten Kunden berichten, dass sie häufig online nach Informationen über Geschäfte suchen, bevor sie diese aufsuchen (z. B. Öffnungszeiten). Außerdem informieren sie sich häufig

online über Produkte (z. B. durch Kundenrezensionen), die sie zu kaufen beabsichtigen, bevor sie diese Produkte im Laden ansehen.

„Auch dieses weitere Pilotprojekt ist erfolgreich zu Ende gebracht worden“, sagt **Stephan Theiß**, Geschäftsführer der Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft. „Besonders gefreut hat mich, dass die App von Gelbe Seiten positiv bewertet wurde und die Personen weiterhin motiviert sind, die App zu nutzen. Auch ergab unsere Erhebung: Das ‚App-Erlebnis‘ beeinflusst die Bewertung. Kunden schätzen die Informationen der App umso positiver ein, je mehr Geschäfte sie aufgesucht haben, auf die sie durch die App aufmerksam wurden. Das beweist, dass wir mit unserer Strategie auf dem richtigen Weg sind.“

Henriette Reker, Oberbürgermeisterin und Schirmherrin der Stadt Köln für das German ICT & Media Institute e. V.: „Das Projekt hat gezeigt, dass durch intelligente Anwendungen auch Möglichkeiten für den lokalen Handel entstehen, von der Digitalisierung zu profitieren. Heute hat so gut wie jeder ein Smartphone in der Hand oder in der Tasche. Wenn darüber nicht nur die Angebote der großen Internetanbieter an die Kundinnen und Kunden kommen, sondern auch Angebote aus der unmittelbaren Umgebung, können auch lokale Einzelhändler in den Veedeln wirksam digital auf sich aufmerksam machen.“

Patrick Hünemohr, Geschäftsführer Greven Medien GmbH & Co. KG: „Der Nutzerstandort wird sowohl zum wichtigsten digitalen als auch lokalen Marketingfaktor – diesen Beweis konnten wir mit unserem Projekt „Digitales Viertel“ erbringen. Für Händler hat das Projekt gezeigt, dass hyperlokale mobile Werbung funktioniert und bessere Ergebnisse liefert als andere digitale Werbeformate. Zudem konnten wir lernen, dass auch Nutzer lokal relevante Angebote akzeptieren, die dazu führen, den Händler um die Ecke mal wieder öfter zu besuchen. Eine bessere Conversion gibt es nicht!“

„Mit dem Digitalen Viertel in Köln haben wir erprobt, ob und wie sich die digitale

Welt in den stationären Handel integrieren lässt. Der Wert des Projektes liegt darin unter realen Bedingungen herauszufinden, was unsere Kunden wünschen, wo wir für Sie einen Mehrwert schaffen können. In dieser Hinsicht haben wir viele wertvolle Erkenntnisse gewonnen", beschreibt **Jens Siebenhaar**, Vorsitzender der Geschäftsführung von REWE Systems, die Beweggründe.

Prof. Dr. Wolfgang Prinz, Stellvertreter der Institutsleiter Fraunhofer FIT: „Mit der flächendeckenden Installation von Beacons konnten wir wertvolle Erfahrung mit dem Einsatz dieser Technik zur Kundenansprache, aber auch zur Erfolgsmessung von orts-basierten Informationsangeboten machen.“

Rudolf van Megen, Vorstandsvorsitzen-der German ICT & Media Institut (GIMI): „Das Prinzip ‚Digital vermarkten und lokal verkaufen‘ hat eine Zukunft; allerdings braucht so ein Projekt auch Zeit, um die Kunden, die ihre Händler ‚lieben‘, auf die neue digitale Angebotsform zu transferie-ren.“

Dr. Behrend Freese, Geschäftsführer Bit-places GmbH: „Wir konnten mit dem Einsatz unserer Technologie im Digitalen Viertel zei-gen, dass die standortbezogene Ansprache von Menschen mit zielgenauen Informatio-nen und Angeboten kein Zukunftsszenario mehr ist. Durch die hohe Relevanz der ge-zielten Botschaften wird Marketing als ech-te Bereicherung wahrgenommen.“

Prof. Dr. Simone Fühles-Ubach, Dekanin Fakultät für Informations- und Kommuni-kationswissenschaften der TH Köln: „Die Akzeptanz gegenüber neuen Technologien war höher, als wir vorher dachten. Insge-samt haben wir aufgeschlossene Kunden und Händler erlebt. Die häufig geäußerte Annahme, dass Kunden sich im Geschäft be-raten lassen und dann online günstiger kau-fen, sehen wir nicht bestätigt. Im Gegenteil: Kunden informieren sich zwar häufig online über Geschäfte oder Produkte, kaufen dann aber gerne im Laden um die Ecke. Interes-santerweise war den befragten Händlern diese Tatsache durchaus bewusst — sie vertrauen ihren Kunden.“

Die App von Gelbe Seiten ist für im Store für die Betriebssysteme iOS und Android sowie auf der Website von Gelbe Seiten ver-fügbare.

Weitere Informationen zum Projekt „Digi-tales Viertel Köln“ finden Sie auf der Web-site <http://digitales-viertel.de/> sowie auf Facebook, Twitter und Instagram.

Über Gelbe Seiten:

Gelbe Seiten wird von DeTeMedien und 16 Gelbe Seiten Verlagen gemeinschaftlich herausgegeben und gemeinschaftlich ver-legt. Die Herausgeber- und Verlegergemein-schaft gewährleistet, dass die vielfältigen Inhalte von Gelbe Seiten als Spezialist für Branchenverzeichnis-Angebote den Nut-zern in allen medialen Ausprägungen als Buch, online, mobil sowie u. a. als Smart-phone- und Tabletversion zur Verfügung gestellt und kontinuierlich weiterentwickelt werden. Die Bezeichnung Gelbe Seiten ist in Deutschland eine geschützte und auf die Gelbe Seiten Zeichen-GbR eingetragene Wortmarke. Ebenfalls besteht Marken-schutz für die Gelbe Seiten Zeichen-GbR für eine abstrakte Verwendung der Farbe Gelb.

Über Greven Medien GmbH & Co. KG:

Die Greven Medien GmbH & Co. KG ist be-reits seit 1828 Partner für Unternehmen im lokalen Marketing. Als 360-Grad-Dienstleis-ter bietet Greven kompetente Beratung bei lokalem Marketing im On- und Offline-Bereich sowie weitere Services, wie die Websi-te-Erstellung, Suchmaschinenwerbung und -optimierung sowie Social-Media-Angebo-te. Greven Medien pflegt etwa 40.000 Kun-denbeziehungen im Rheinland.

Über Gelbe Seiten Marketing Gesell-schaft mbH:

Die Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH ist eine Marketing-Servicegesell-schaft, die für Gelbe Seiten tätig ist. Sie arbeitet im Auftrag der insgesamt 16 Gelbe Seiten Verlage und der DeTeMedien GmbH, die Gelbe Seiten gemeinschaftlich in ganz Deutschland herausgeben und verlegen. Das Tätigkeitsgebiet umfasst u. a. die Berei-che Markenführung, Produktentwicklung, Marktkommunikation, Marktforschung und Öffentlichkeitsarbeit.

Über REWE Systems:

Die REWE Systems GmbH ist der zentrale Lösungsanbieter der REWE Group, wenn es um Informations- und Telekommunikations-Systeme geht. Für die REWE Group – einen der führenden deutschen und europäischen Handels- und Touristikkonzerne mit rund 330.000 Mitarbeitern – plant, projiziert, entwickelt, konfiguriert und betreibt die REWE Systems effiziente Systeme und An-wendungen.

Über Bitplaces GmbH:

Bitplaces ist Mitte 2013 im Markt ge-startet und zählt mit seiner Mobile Intelli-gence Plattform zu den Vorreitern im rasant wachsenden Markt für Mobile Marketing und standortbezogene Dienste. Die u. a. an der TU Berlin entstandene Customer-Intelligence-Technologie erweitert nahtlos die Funktionalität von Apps und erlaubt es vor allem Einzelhändlern und Werbetreibenden, am Point of Sale und darüber hinaus, Kunden über ihr Smartphone segmentiert und kontextbezogen anzusprechen. Unter Beachtung der strengen deutschen Daten-schutzbestimmungen kommen hierbei un-ter anderem Geofencing sowie BLE Beacons zum Einsatz. Module wie Performance- und Analyse-Tools sowie Messaging-Dienste gewährleisten, dass das skalierbare Bau-kastensystem die gesamte Customer Jour-ney drinnen wie draußen abdeckt. ■ *PM Gelbe Seiten Marketing Gesellschaft mbH, 28.11.2016*

Digitalisierung bei KMU ist doch eine Frage der Größe

- 85 Prozent der Handwerksbetriebe prä-sentieren sich im Netz
- Nur die Hälfte der Kleinstunternehmen haben einen Internetauftritt
- Kleinstunternehmen: In vier von fünf Fällen beantwortet der Chef selbst die Anfragen

Eine eigene Unternehmenswebsite zu haben, ist für Kleinstunternehmen nicht selbstverständlich. Nur jedes zweite Unter-nehmen mit weniger als zehn Beschäftigten